

# EXTRACTING METHOD FOR INFORMATION

**Publication number:** JP6282578 (A)

**Publication date:** 1994-10-07

**Inventor(s):** WATANABE MITSUE; UEJIMA MIHO; KAMEI KOJI; YAMAOKA AYAKO +

**Applicant(s):** FUJITSU LTD +

**Classification:**

- **international:** G06F17/30; G06F19/00; G06Q10/00; G06Q30/00; G06F17/30; G06F19/00; G06Q10/00; G06Q30/00; (IPC1-7): G06F15/40

- **European:**

**Application number:** JP19930067692 19930326

**Priority number(s):** JP19930067692 19930326

**Also published as:**

JP2905661 (B2)

## Abstract of JP 6282578 (A)

**PURPOSE:** To easily set a more satisfactory condition at the time of extracting information matched with the condition from among the original information by displaying a designation corresponding to a specific attribute stored in an item management data base on a screen, selecting the designation, and designating the condition. **CONSTITUTION:** Information FCU matched with a designated condition CSA is extracted from among the original information FCU. That is, this method is equipped with an information data base 32a which stores each information FCU as data corresponding to key information NCU and plural items D, and an item management data base 32b which stores a designation APP and an attribute ATT corresponding to each item D.; Then, the designation APP corresponding to the specific attribute ATT stored in the item management data base 32b is displayed on the screen, the designation APP is selected on the displayed screen, and the condition CSA is designated. Thus, the arbitrary combination of the conditions can be attained without correcting a program.

21a 顧客情報データベース (32a テーマ別顧客データベース)

NCU	FCU						
顧客番号	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
0001	山田	070	28	0001	0002	0003	0004
0002	本村	470	28	0001	0003	0004	0005
0003							

21b (32b) 項目管理データベース

D	CIT	APP	ATT
アクセス名	項目コード	名称	属性
D1	0001	年齢	日本産
D2	0002	年収	年齢
D3	0003	年収	年齢
D4	0004	性別	コード化
D5	0005	職業	コード化
D6	0006	結婚	コード化
D7	0007	結婚	コード化

(19)日本国特許庁(JP)

(12) 公開特許公報(A)

(11)特許出願公開番号

特開平6-282578

(43)公開日 平成6年(1994)10月7日

(51)Int.Cl.<sup>5</sup>

G 0 6 F 15/40

識別記号

庁内整理番号

F I

技術表示箇所

5 2 0 D 9194-5L

審査請求 未請求 請求項の数 6 O L (全 17 頁)

(21)出願番号 特願平5-67692

(22)出願日 平成5年(1993)3月26日

(71)出願人 000005223

富士通株式会社

神奈川県川崎市中原区上小田中1015番地

(72)発明者 渡邊 満恵

神奈川県川崎市中原区上小田中1015番地

富士通株式会社内

(72)発明者 植嶋 美帆

神奈川県川崎市中原区上小田中1015番地

富士通株式会社内

(72)発明者 亀井 浩司

神奈川県川崎市中原区上小田中1015番地

富士通株式会社内

(74)代理人 弁理士 久保 幸雄

最終頁に続く

(54)【発明の名称】 情報の抽出方法

(57)【要約】

【目的】顧客情報などの抽出方法に関し、元の情報の中から条件に当てはまる情報を抽出するに当たって、抽出のためのより良い条件を容易に設定できるようにすることを目的とする。

【構成】元の情報に対して指定された2種類の各条件CSAに当てはまる情報の頻度に関する情報NAA, NAB, NACを、各条件CSAに付属する複数のパラメータを縦軸及び横軸として画面にマトリクス状に表示されるセグメントテーブルTSGの各セルSBXの位置に表示し、前記セルSBXを最小単位として指定される1つ又は複数のセルに対応する各条件CSAに当てはまる情報を抽出する。

セグメントテーブルの例を示す図

TSG1 セグメントテーブル

		合 計	年 令 (歳)				
			20~30	30~40	40~50	50~60	60~
CSA1T 年 収 (万円)	合 計		NAB				
	~ 500	NAA	1450 21200 6.8%				
	500~1000	NAC		2211 6076 12.5%			
	1000~1500						
	1500~2000						
	2000~						

## 【特許請求の範囲】

【請求項1】元の情報（FCU）の中から指定された条件（CSA）に当てはまる情報（FCU）を抽出するための抽出方法であって、

前記各情報（FCU）を、キー情報（NCU）と複数の項目（D）に対応するデータとして格納した情報データベース（32a）と、

前記各項目（D）に対応する名称（APP）及び属性（ATT）を格納した項目管理データベース（32b）と、

を備え、

前記項目管理データベース（32b）に格納された特定の前記属性（ATT）に対応する名称（APP）を画面（HG2）に表示するとともに、

表示された画面（HG2）において、名称（APP）を選択することによって前記条件（CSA）を指定することを特徴とする情報の抽出方法。

【請求項2】請求項1記載の情報の抽出方法において、前記元の情報（FCU）に対して指定された2種類の各条件（CSA）に当てはまる情報（FCU）の頻度に関する情報（NAA）（NAB）（NAC）を、前記各条件（CSA）に付属する複数のパラメータを縦軸及び横軸として画面にマトリクス状に表示されるテーブル（TSG）の各セル（SBX）の位置に表示し、前記セル（SBX）を最小単位として指定される1つ又は複数のセルに対応する各条件（CSA）に当てはまる情報（FCU）を抽出することを特徴とする情報の抽出方法。

【請求項3】元の情報（FCU）の中から指定された条件（CSA）に当てはまる情報（FCU）を抽出するための抽出方法であって、

前記元の情報（FCU）に対して指定された2種類の各条件（CSA）に当てはまる情報（FCU）の頻度に関する情報（NAA）（NAB）（NAC）を、前記各条件（CSA）に付属する複数のパラメータを縦軸及び横軸として画面にマトリクス状に表示されるテーブル（TSG）の各セル（SBX）の位置に表示し、

前記セル（SBX）を最小単位として指定される1つ又は複数のセルに対応する各条件（CSA）に当てはまる情報（FCU）を抽出することを特徴とする情報の抽出方法。

【請求項4】請求項3記載の抽出方法により抽出された情報（FCU）を元の情報（FCU）として、同様の抽出方法により複数回の抽出を行い、それぞれの回に指定された全ての各条件（CSA）に当てはまる情報（FCU）を抽出することを特徴とする情報の抽出方法。

【請求項5】前記セル（SBX）内にカーソルが表示されている状態で入力操作を行うことによって当該セル

（SBX）に対応する各条件（CSA）を入力することを特徴とする請求項3又は請求項4記載の情報の抽出方

法。

【請求項6】元の情報（FCU）の中から指定された条件（CSA）に当てはまる情報（FCU）を抽出するために用いられるテーブル（TSG）であって、

指定された2種類の各条件（CSA）に付属する複数のパラメータを縦軸及び横軸として、各パラメータの交差する位置にセル（SBX）をマトリクス状に表示し、前記各セル（SBX）の位置に、それぞれに対応する各パラメータの内容に当てはまる情報（FCU）の頻度に関する情報（NAA）（NAB）（NAC）を表示してなることを特徴とする情報の抽出に用いられるテーブル。

## 【発明の詳細な説明】

## 【0001】

【産業上の利用分野】本発明は、情報の抽出方法に関し、例えば電話を用いて行われるリテールマーケティング活動において、顧客情報データベースに格納された顧客情報の中から特定の条件に当てはまる顧客情報を抽出するために利用される。

【0002】近年においては、例えば銀行などにおいて、主として個人を対象とした小口の顧客への販売を促進するリテールマーケティングが重要視されている。リテールマーケティングを推進するには、各個人の顧客について、氏名、年齢、職業などの属性情報、趣味、嗜好、購買記録などのライフスタイル情報などを収集し、これらの情報に基づいて顧客のニーズを把握した上で、需要予測や商品開発などを行う必要がある。そのため、企業においては、バンクカード、クレジットカード、その他種々の取り引きに際して得られた情報などに基づいて、顧客情報データベースの作成が行われている。

【0003】このような顧客情報データベースには膨大な量の顧客情報が含まれているので、リテールマーケティングを効率的に推進するためには、顧客の件数を絞り込むための条件を適切に設定し、ターゲットとなる適当件数の顧客を抽出することが望まれる。

## 【0004】

【従来の技術】従来において、顧客情報データベースに格納された多数の顧客情報の中から特定の顧客についての顧客情報を抽出するに当たっては、予め固定的に設けられた複数の条件セットの中から1つの条件セットを選択するようになっている。

【0005】すなわち、従来においては、例えば、「年収と年齢」、「性別と職業」などのように、2種類の条件が条件セットとしてプログラム（業務プログラム）上で予め組み合わせられ、組み合わせられた複数の条件セットが固定メニューとして準備されている。担当者がキーボードなどから顧客情報の抽出を指示すると、準備された条件セットを示す固定メニューが画面上に表示される、担当者は表示された固定メニューの中から1つの条件セットを選択する。

【0006】ここで、条件セットとして例えば「年収と年齢」を選択した場合には、さらに年収及び年齢についてそれぞれの階層をパラメータとして選択し指定する。そうすると、指定された階層について、該当する顧客の件数が表示される。表示された件数が目標件数に近い場合には、抽出処理を実行させることによって、顧客情報データベースの顧客情報の中から該当する顧客情報が抽出される。

【0007】

【発明が解決しようとする課題】このように、従来においては、予め準備された条件セットの中から1つの条件セットを選択するものであるから、準備された条件セット以外の組み合わせを指示することができず、より良い条件（抽出条件）を設定することができなかった。

【0008】例えば、上述の例では、年収と職業の組み合わせが条件セットとして準備されていない場合には、そのような組み合わせを条件として設定することはできなかった。もし、そのような組み合わせを条件として設定するためには、プログラムの修正を行う必要があり、その作業は極めて面倒であった。

【0009】また、1つの条件セットによって顧客の絞り込みを行った結果、顧客情報の件数が目標件数よりも依然として多すぎる場合には、再度条件セットを選択して2回目さらには3回目の絞り込みを行うこととなる。そのような場合に、どのような条件セット及びパラメータを選択すればどの程度の件数（頻度）になるのかを全体的に把握することができないため、より良い条件を設定することが容易ではなかった。

【0010】本発明は、上述の問題に鑑み、元の情報の中から条件に当てはまる情報を抽出するに当たって、抽出のためのより良い条件を容易に設定することのできる情報の抽出方法を提供することを目的とする。

【0011】

【課題を解決するための手段】請求項1の発明に係る方法は、上述の課題を解決するため、図1乃至図8に示すように、元の情報FCUの中から指定された条件CSAに当てはまる情報FCUを抽出するための抽出方法であって、前記各情報FCUを、キー情報NCUと複数の項目Dに対応するデータとして格納した情報データベース32aと、前記各項目Dに対応する名称APP及び属性ATTを格納した項目管理データベース32bと、を備え、前記項目管理データベース32bに格納された特定の前記属性ATTに対応する名称APPを画面HG2に表示するとともに、表示された画面HG2において、名称APPを選択することによって前記条件CSAを指定する。

【0012】請求項2の発明に係る方法は、前記元の情報FCUに対して指定された2種類の各条件CSAに当てはまる情報FCUの頻度に関する情報NAA、NAB、NACを、前記各条件CSAに付属する複数のパラ

メータを縦軸及び横軸として画面にマトリクス状に表示されるテーブルTSGの各セルSBXの位置に表示し、前記セルSBXを最小単位として指定される1つ又は複数のセルに対応する各条件CSAに当てはまる情報FCUを抽出する。

【0013】請求項3の発明に係る方法は、元の情報FCUの中から指定された条件CSAに当てはまる情報FCUを抽出するための抽出方法であって、前記元の情報FCUに対して指定された2種類の各条件CSAに当てはまる情報FCUの頻度に関する情報NAA、NAB、NACを、前記各条件CSAに付属する複数のパラメータを縦軸及び横軸として画面にマトリクス状に表示されるテーブルTSGの各セルSBXの位置に表示し、前記セルSBXを最小単位として指定される1つ又は複数のセルに対応する各条件CSAに当てはまる情報FCUを抽出する。

【0014】請求項4の発明に係る方法は、請求項3記載の抽出方法により抽出された情報FCUを元の情報FCUとして、同様の抽出方法により複数回の抽出を行い、それぞれの回に指定された全ての各条件CSAに当てはまる情報FCUを抽出する。

【0015】請求項5の発明に係る方法は、前記セルSBX内にカーソルが表示されている状態で入力操作を行うことによって当該セルSBXに対応する各条件CSAを入力する。

【0016】請求項6の発明に係るテーブルTSGは、指定された2種類の各条件CSAに付属する複数のパラメータを縦軸及び横軸として、各パラメータの交差する位置にセルSBXをマトリクス状に表示し、前記各セルSBXの位置に、それぞれに対応する各パラメータの内容に当てはまる情報FCUの頻度に関する情報NAA、NAB、NACを表示して構成される。

【0017】

【作用】情報FCUを抽出するための条件CSAの指定に当たっては、項目管理データベース32bに格納された特定の前記属性ATTに対応する名称APPが、画面HG2に表示される。表示された画面HG2において、名称APPを選択することによって条件CSAの指定が行われる。

【0018】2種類の条件CSAが指定されると、各条件CSAに付属するパラメータを縦軸及び横軸とするテーブルTSGが画面に表示される。テーブルTSGの各セルSBXの位置には、各位置に対応した条件CSAに当てはまる情報FCUの頻度に関する情報NAA、NAB、NACが表示される。

【0019】1つ又は複数のセルSBXに対応する条件CSAに当てはまる情報FCUが抽出される。

【0020】

【実施例】図1は本発明に係るリテールマーケティングシステム1の構成を示すブロック図である。本実施例の

リテールマーケティングシステム（RMS）1は、銀行において実施される例が示されている。

【0021】RMS1は、銀行における顧客情報システム11と、顧客情報システム11と連携してリテールマーケティングを行うためのサポートシステム12とから構成されている。

【0022】顧客情報システム11は、本部（又は本店）H0などに設置されたコンピュータである処理装置20、処理装置20によって作成、更新、編集などを行うことが可能な顧客情報データベース21、及び小口顧客データベース22などから構成されている。

【0023】顧客情報データベース21には、各顧客CUについて、顧客番号、顧客CUの氏名、年齢、職業、住所、電話番号などを含む基本属性情報、顧客CUの預金残高、貸出し残高、公共料金自動支払いの有無などを含む取引き情報、顧客CUの趣味、嗜好、性格などを含むライフスタイル情報、及び家族情報などの種々の顧客情報FCUが格納されている。

【0024】これらの顧客情報FCUは、顧客CUが銀行と新規な取引を開始した際に又は取引の開始後に顧客CUから提出される申込書、依頼書、変更届け書などの書類に基づいて、又は顧客CUとの会話などに基づいて得られたものである。また、本実施例においては、リテールマーケティングを実施することによって新たな顧客情報FCUが得られ、得られた顧客情報FCUによって顧客情報データベース21が更新される。

【0025】顧客情報データベース21は、主体である顧客情報データベース21a、項目管理データベース21b、及び項目コードデータベース21cから構成されている。

【0026】図2は顧客情報データベース21aの構成を示す図、図3は項目管理データベース21bの構成を示す図、図4は項目コードデータベース21cの構成を示す図である。

【0027】図2において、顧客情報データベース21aは、顧客番号NCU、及び多数の項目（アクセス名）D1、D2…に対応するデータから構成されている。顧客情報データベース21aの各項目D1、D2…は、図3に示す項目管理データベース21bによって定義されている。

【0028】図3において、項目管理データベース21bは、項目D1、D2…を示すアクセス名D、各項目D1、D2…に対応する項目コードCIT、その名称APP、及び属性ATTから構成されている。図4において、項目コードデータベース21cは、項目コードCIT、パラメータコードCPA、及び内容CONから構成されている。

【0029】図3に示す項目管理データベース21bにおいて、属性ATTが「コード化」である項目については、図4に示す項目コードデータベース21cによって

それぞれのパラメータが示されており、これらは項目コードCITによって互に関連付けられている。

【0030】図2に示す顧客情報データベース21aにおいて、項目Dの属性ATTが「日本語」である場合には日本語のデータが格納され、属性ATTが「数値」である場合には数値のデータが格納され、属性ATTが「コード化」である場合にはその項目コードCITに対応するパラメータコードCPAが格納される。

【0031】例えば顧客番号NCUが「0001」の顧客CUは、名前（D1）が「山田」、年収（D2）が「670」万円、年齢（D3）が「36」歳、性別（D4）が「男」、職業（D5）が「地方公務員」、趣味（D6）が「ゴルフ」である。

【0032】小口顧客データベース22は、顧客情報データベース21の中から、法人及び大口の個人顧客を除き、リテールマーケティングの対象となる小口の個人顧客のみを抽出することによって作成されている。つまり、小口顧客データベース22は、その構成が顧客情報データベース21の構成と同一であり、格納されている顧客情報FCUの件数が顧客情報データベース21よりも少なくなっている。

【0033】処理装置20は、各支店B0に設置されたコンピュータとの間で回線により通信が行われるようになっており、支店B0で発生した顧客情報FCUが回線を介して処理装置20に伝送される。また、支店B0やサポートシステム12において作成された磁気テープなどの記録媒体の内容が処理装置20に入力され、これらの情報に基づいて必要に応じて顧客情報データベース21への記録又は更新が行われる。

【0034】図1に戻って、サポートシステム12は、処理装置30、表示装置30a、マウスなどの入力装置30b、キャンペーン管理データベース31、リテール推進データベース32、抽出顧客データベース33、スクリプトデータベース34、当日コール顧客データベース35、ログデータベース36、計数管理データベース37、成果分析データベース38、抽出条件データベース39、ホスト還元データファイル40、及び交換機41などから構成されている。

【0035】まず、リテール推進データベース32は、顧客情報データベース21をサポートシステム12によるキャンペーンに利用するために、小口顧客データベース22と同一の内容のデータを月に1回程度の割合でコピーして作成したものである。つまり、リテール推進データベース32は、その構成が顧客情報データベース21の構成と同一であり、図2～図4において括弧で示すように、主体であるリテール推進データベース32a、項目管理データベース32b、項目コードデータベース32cを有している。項目管理データベース32b及び項目コードデータベース32cは、他のデータベース31、33、39などにおいても参照され、また、種々の

画面H Gを表示する際にも参照される。

【0036】キャンペーン管理データベース31は、種々の商品の販売促進のための活動である各キャンペーンについて、その対象として推進する商品、ターゲットとなる顧客（顧客層）、及び実施期間に関する情報を記録するとともに、キャンペーンの企画から実施後の評価までの種々の情報をも記録するものである。キャンペーン管理データベース31は、各キャンペーン中における管理を行うとともに、キャンペーン終了後においては、次のキャンペーンを企画する際の先行キャンペーン実績としての参照に利用される。

【0037】図5はキャンペーン管理データベース31の一部の構成を示す図である。キャンペーン管理データベース31には、キー情報であるキャンペーンコードC C A、及び、基準軸縦C S A 1 T、基準軸横C S A 1 Y、ターゲットフラグC S A 1 Fなどからなる1次抽出条件C S A 1が含まれている。

【0038】1次抽出条件C S A 1は、リテール推進データベース32aに登録された顧客C Uの中から、指定された商品についてのキャンペーンのターゲットとなる顧客C Uを抽出するための1次的な条件である。1次抽出条件C S A 1には、2種類の条件とそれぞれについてのパラメータが含まれており、その一方の条件及びパラメータが基準軸縦C S A 1 Tとして、他方の条件及びパラメータが基準軸横C S A 1 Yとして、それぞれ登録されている。

【0039】すなわち、基準軸縦C S A 1 T及び基準軸横C S A 1 Yは、それぞれ、アクセス名D、名称A P P、属性A T T、初期値V I N、階層幅V W I、及びパラメータコードC P Aについてのデータからなっている。

【0040】図5に示す例では、キャンペーンコードC C Aが「C A M 1」のキャンペーンについて、基準軸縦C S A 1 Tとして「年収」が設定され、そのパラメータとして、初期値V I Nが「500」であり且つ階層幅V W Iが「500」である5段階の年収階層「～500」「500～1000」「1000～1500」…が設定されている。基準軸横C S A 1 Yとして「年齢」が設定され、そのパラメータとして、初期値V I Nが「20」であり且つ階層幅V W Iが「10」である5段階の年齢階層「20～30」「30～40」「40～50」…が設定されている。これらの条件に基づいて、表示装置30aの画面上にセグメントテーブルT S Gが表示される。

【0041】なお、本明細書において、基準軸縦C S A 1 T、基準軸横C S A 1 Y、縦軸、横軸、パラメータ、階層、1次抽出条件C S A 1、2次抽出条件C S A 2などのうちのいずれかを、又はこれらのうちの複数の組み合わせを、「条件」又は「抽出条件」などということがある。

【0042】図8乃至図11はセグメントテーブルT S Gの例を示す図である。これらの図の内、図8に示すセグメントテーブルT S G 1が、図5に示す1次抽出条件C S A 1に基づいて表示されたものである。

【0043】すなわち、図8において、基準軸縦C S A 1 Tの各パラメータ及び「合計」の6つの項目を縦軸とし、基準軸横C S A 1 Yの各パラメータ及び「合計」の6つの項目を横軸としたマトリクス状のセグメントテーブルT S G 1が画面に表示されている。縦横それぞれ5つのパラメータと縦横それぞれに設けられた「合計」の項目との交点に合計36（6×6）個のセルボックスS B Xが設けられている。

【0044】各セルボックスS B Xには、図12に示すように「1」～「36」のセルボックス番号N B Xが付されており、セルボックス番号N B Xが指定されることによってセルボックスS B Xの位置が指定される。セルボックス番号N B Xの指定は、図5に示すターゲットフラグC S A 1 Fの中の該当する番号位置にフラグを立てることによって行われる。

【0045】図5に示す例では、セルボックス番号N B Xが「15」の位置にフラグが立てられているので、結局、「年収：500～1000」「年齢：30～40」の2項目が1次抽出条件C S A 1として設定されていることとなる。

【0046】また、図8～図11に示されるように、各セルボックスS B Xには、それぞれのセルボックスS B Xの位置によって示される条件に当てはまる顧客C Uの件数N A A、その中の指定された商品について取引のある顧客C Uの件数N A B、及び件数N A Aに対する件数N A Bの割合N A Cが、それぞれ表示される。なお、図においては、それらが一部のセルボックスS B Xのみに示されているが、必要なセルボックスS B Xには全部表示される。各セルボックスS B Xにおいて、上段に件数N A Bが、中段に件数N A Aが、下段に割合N A Cが、それぞれ表示される。

【0047】これらの表示によって、担当者は、指定された商品について、年収及び年齢の各階層における件数N A A、N A B及び取引の割合N A Cの全体的な分布を容易に定量的に把握することができ、どの階層の顧客をターゲットとするのがよいかについて考察し、顧客C Uを抽出するためのより良い条件を容易に設定することができる。

【0048】なお、上述した1次抽出条件C S A 1、及び後述する2次抽出条件C S A 2の両方の条件を合わせたものが抽出条件C S Aであり、いずれも後述する「セグメント分析」において企画運営担当者によって設定される。設定された抽出条件C S Aに当てはまる顧客C Uがリテール推進データベース32aの中から抽出され、抽出された顧客C Uについての顧客情報F C Uを記録した顧客データベース33が作成される。セグメント分析

における抽出条件C S Aの設定のための具体的な操作については後で説明する。

【0049】図1に戻って、抽出顧客データベース33は、上述したように、リテール推進データベース32aに格納されている顧客情報F C Uの中から、特定のキャンペーンについてターゲットとなる顧客C Uのみの顧客情報F C Uを抽出して作成したものである。抽出顧客データベース33の作成に当たっては、その作成の担当者（企画運営担当者）が、当該キャンペーンの推進に効果的であろうと考えられる条件（抽出条件）を画面に表示されたセグメントテーブルT S Gを見ながら分析し、分析して得られた条件を入力装置30bから入力して指定し、これらの操作を試行錯誤的に繰り返すことによって特定の抽出条件C S A（1次抽出条件C S A 1及び2次抽出条件C S A 2）を決定し、設定する。1次抽出条件C S A 1は、キャンペーン管理データベース31に記録され、2次抽出条件C S A 2は抽出条件データベース39に記録される。

【0050】処理装置30は、設定された抽出条件C S Aに当てはまる顧客C Uについての顧客情報F C Uを抽出して抽出顧客データベース33を作成する。抽出顧客データベース33に登録された顧客C Uに対しては、後でダイレクトメールの発送及び電話による勧誘又は案内などが行われる。

【0051】スクリプトデータベース34は、抽出顧客データベース33の抽出条件C S Aを決定した企画運営担当者が、抽出条件C S Aの決定に当たって考慮した事項などに基づいて、電話担当者（テレコミュニケータ）が顧客C Uと電話により話をする会話内容、応酬話法、その他の注意事項など、顧客C Uと会話をする際のマニュアルとなる事項を入力し、これを記録したものである。

【0052】当日コール顧客データベース35は、抽出顧客データベース33の中から、当日に電話をかけるために抽出された顧客C Uについての顧客情報F C Uを格納したものである。つまり、抽出顧客データベース33は、通常、キャンペーンの実施期間内に電話をかける予定の全見込み顧客を格納したものであり、当日コール顧客データベース35は、その中から1日分の顧客を抽出したものである。

【0053】ログデータベース36は、当日の1日分について、実際に電話をかけた件数であるコール件数、電話がつながった件数である通話件数、成約に結びついた件数である成約件数などの計数情報、電話による顧客C Uとの会話から得られた情報（例えばライフスタイル情報F L Iに相当する情報）を記録したものである。ログデータベース36は、当日分の情報を記録するものであり、翌日には翌日の情報を記録するために当日分の情報は消去される。当日分のログデータベース36が完成した後は、情報の集計を行い統計情報として計数管理デ

ータベース37に格納され、ライフスタイル情報などはホスト還元データファイル40として別途一時的に保存される。ホスト還元データファイル40によって、顧客情報データベース21a及びリテール推進データベース32aが更新される。

【0054】計数管理データベース37は、キャンペーンを実施した結果の統計的な情報を、ログデータベース36に基づきそれぞれのキャンペーンについて記録し、保存したものである。

10 【0055】図6は計数管理データベース37の構成を示す図である。計数管理データベース37は、キャンペーンコードC C A、計数区分C C U、及び、「1」～「36」のセルボックス番号N B Xにより示された計数テーブルT C Uから構成されている。計数区分C C Uには、「対象顧客数」「通話件数」「成約件数」などの計数区分を示すデータがコードによって格納され、計数テーブルT C Uには、それぞれの計数区分に対して、該当するセルボックス番号N B Xの位置に、件数N A Aなどの数値が格納される。

20 【0056】図6に示す例では、キャンペーンコードC C Aが「C A M 1」のキャンペーンについて、セルボックス番号N B Xが「15」の対象顧客数、つまり年収が「500～1000」で年齢が「30～40」の対象顧客数は「3725」人であり、同じく通話件数は「2212」件、成約件数は「427」件である。

【0057】成果分析データベース38は、キャンペーンを開始した後に当該キャンペーンの推進商品に関して生じた新規な取引、及び預金高などの増加した内容を記録したものである。

30 【0058】つまり、キャンペーンにおける顧客C Uへの勧誘の成果は、顧客C Uがその勧誘を受けて取引を行うべく支店B Oの窓口に出向き又は郵送により申込書などの書類を提出することによって現実化する。通常、これらの新たに提出された書類の内容は適当なファイルに入力され、そのファイルによって顧客情報データベース21aが更新される。成果分析データベース38は、そのようなファイルと同じ内容のデータを記録したものであり、成果分析データベース38とリテール推進データベース32a及び抽出顧客データベース33とのマッチングを行うことによって、当該キャンペーンにつ

40 いての対象顧客数N C Oに対する成約件数N A Gの割合など、キャンペーンの成果についてのレスポンス情報が得られ、これが計数管理データベース37に格納されることとなる。

【0059】抽出条件データベース39は、抽出顧客データベース33の作成の際に設定された抽出条件C S Aの中の2次抽出条件C S A 2を記録したものである。図7は抽出条件データベース39の構成を示す図である。

50 【0060】抽出条件データベース39は、キー情報であるキャンペーンコードC C A、及び、アクセス名D、



名称APP、属性ATT、下限値VUD、上限値VUP、パラメータコードCPAなどを含む2次抽出条件CSA2から構成されている。

【0061】図7に示す例では、キャンペーンコードCCAが「CAM1」のキャンペーンについて、「性別：男」「職業：地方公務員」「性格：まじめ」「趣味：ゴルフ」の4項目が2次抽出条件CSA2として登録されている。したがって、例えばキャンペーン「CAM1」のための抽出顧客データベース33には、これらの4項目とキャンペーン管理データベース31に登録されている2項目の合計6項目の全部の条件に当てはまる顧客CUのみの顧客情報FCUが格納されることとなる。

【0062】ホスト還元データファイル40は、ログデータベース36の中から、顧客情報データベース21に還元すべき情報を抽出して作成したものであり、ログデータベース36の中の主としてライフスタイル情報FLIが転送されて作成される。ホスト還元データファイル40は、例えばフレキシブルディスク又は磁気テープなどの記録媒体に格納され、これらの記録媒体を介して顧客情報システム11の処理装置20に情報が入力されることによって顧客情報データベース21が更新される。顧客情報データベース21の更新とともに、リテール推進データベース32の更新も行われる。なお、更新に際しては、主としてライフスタイル情報FLIのみの更新が行われ、例えば基本属性情報FATは顧客CUからの変更届けなどの別途書面の提出によって更新が行われる。

【0063】交換機41は、コンピュータによって制御される電子交換機であり、当日コール顧客データベース35に格納された顧客CUに対し、所定の順序及びタイミングで自動発呼（ダイヤリング）を行って回線の接続を行う。交換機41は、外線を発呼中の数が待ち状態の内線電話の数に対応して設定された基準数となるように制御される。ここで、基準数として、通話状態の内線電話であって設定された基準通話時間を越えているものの数に応じて加算修正され、且つ、自動発呼を行う日の曜日と時間帯に応じて修正された値が用いられる。

【0064】なお、図示は省略したが、サポートシステム12には、表示装置及び入力装置を有し処理装置30と通信可能に接続された多数の端末装置が設けられており、企画運営担当者及び電話担当者は、それぞれ専用の又は近くに設置されている端末装置を適宜操作して処理装置30から送られてくる情報を画面で参照し又は入力することができるようになっている。

【0065】次に、セグメント分析における抽出条件CSAの設定のための具体的な操作について説明する。図13はセグメント分析において表示装置に表示される種々の画面HGの例を示す図である。

【0066】まず、1次抽出条件CSA1の設定操作（顧客セグメンテーション）について説明する。マウス

などの入力装置からセグメント分析の実行を指示すると、図13（a）に示すように、分析を行う商品FME、縦軸（基準軸縦CSA1T）、及び横軸（基準軸横CSA1Y）をそれぞれ設定するための画面HG1が表示される。この画面HG1において、必要な事項を入力装置から入力するのであるが、その入力に当たっては、各項目に設定可能な名称の一覧表を画面HG1上にウィンドウ表示させ、その中から選択して入力することが可能である。

【0067】つまり、基準軸設定のための名称一覧表を表示させるための指示を行うと、項目管理データベース32bの中の属性ATTが「数値」又は「コード化」である名称APPが抽出され、それがウィンドウ画面に一覧表示される。

【0068】例えば、図13（b）に示すように基準軸設定のための画面HG2が表示される。この中からマウスなどにより所望の名称APPにカーソルを合わせてクリックすることにより、名称APPの選択が行われ、それが縦軸又は横軸の条件として設定される。

【0069】さらに、設定された条件についてパラメータの選択が行われる。すなわち、条件として設定された名称APPの属性ATTが「数値」であれば、初期値VIN及び階層幅VWIの指示を行うための画面がウィンドウ表示される。また、属性ATTが「コード化」であれば、項目コードデータベース32cの中の該当する項目コードCITが抽出され、それに対応する内容CONがウィンドウ画面に一覧表示される。担当者は、表示された内容CONの中から、セグメントテーブルTSGの階層として表示可能な個数の範囲内（本実施例では5個以内）において、内容CONを選択する。

【0070】例えば、階層設定の指示を行うと、属性ATTが「数値」である場合には、図13（c）に示す階層設定画面HG3が表示されるので、担当者はこの画面HG3において数値を入力する。属性ATTが「コード化」である場合には、例えば図13（e）に示す階層設定画面HG5が表示されるので、担当者はこの画面HG5において所要個数（例えば5個）の内容CONを選択する。

【0071】パラメータの選択を終えると、リテール推進データベース32aに格納された全部の顧客CUを対象とし、設定された縦軸及び横軸の各条件に当てはまる顧客CUについての件数NAA、NABがそれぞれカウントされ、割合NACが求められる。得られた件数NAA、NAB及び割合NACは、例えば図8に示すセグメントテーブルTSG1の各セルボックスSBXに表示される。但しこの時点では、セグメントテーブルTSG1におけるセルボックス番号「15」の強調表示は未だ行われていない。

【0072】セグメントテーブルTSG1において、各セルボックスSBXに表示された数値によって、担当者



は各階層における全体的な分布を把握し、どの階層の顧客をターゲットとするのがよいかについて分析を行う。そして、ターゲットとする階層を決めると、その階層を含むセルボックスS B X内にカーソルを合わせ、マウスをクリックする。これによって、該当する条件及びパラメータが、キャンペーン管理データベース31の基準軸縦C S A 1 T、基準軸横C S A 1 Y、及びターゲットフラグC S A 1 Fに書き込まれて設定されるとともに、クリックしたセルボックスS B Xが強調表示される。

【0073】その場合に、例えば年収が「500～1000」に該当する全ての年齢層をターゲットとしたいときには、年収「500～1000」に対応する「合計」のセルボックスS B X、すなわちセルボックス番号「13」をクリックする。また、複数のセルボックスS B Xをクリックすることも可能である。

【0074】これによって1次抽出条件C S A 1の設定が完了する。1次抽出条件C S A 1を一旦設定すると、同じ1次抽出条件C S A 1であればその設定操作を行うことなく、キャンペーン管理データベース31のキャンペーンコードC C Aを指定することによってセグメント

テーブルT S G 1を表示させることが可能である。

【0075】次に、2次抽出条件C S A 2の設定操作（特定セグメントの分析）について説明する。入力装置から特定セグメント（特定のセルボックスS B Xで示される顧客層）の分析の実行を指示すると、図13（d）に示すように、縦軸及び横軸をそれぞれ設定するための画面H G 4が表示される。この画面H G 4において、上述と同様に基準軸設定のための画面H G 2を表示させ、その中から所望の名称A P Pを選択して設定する。さらに、設定した条件についてパラメータの選択を行う。

【0076】画面H G 4における縦軸と横軸の設定を終え、設定した縦軸及び横軸に基づくセグメントテーブルT S Gが表示される。例えば、縦軸に「性別」を横軸に「職業」をそれぞれ設定した場合には、図9に示すセグメントテーブルT S G 2が表示される。

【0077】このセグメントテーブルT S G 2においても、それぞれの階層に対応するセルボックスS B X内に、条件に当てはまる顧客C Uの件数N A A、その中の指定された商品について取引のある顧客C Uの件数N A B、件数N A Aに対する件数N A Bの割合N A Cが、それぞれ表示される。

【0078】表示されたセグメントテーブルT S G 2によって、どの階層の顧客をターゲットとするのがよいかについてさらに分析を行う。ターゲットとする階層を決めると、その階層を含むセルボックスS B X内にカーソルを合わせ、マウスをクリックする。これによって、該当する条件及びパラメータが、キャンペーンコードC C Aとともに抽出条件データベース39に登録される。

【0079】さらに2次抽出条件C S A 2を設定したい場合には、上述と同様にして設定する。例えば、2次抽

出条件C S A 2の2回目の設定に際し、縦軸に「性格」を横軸に「趣味」をそれぞれ設定した場合には、図10に示すセグメントテーブルT S G 3が表示され、2次抽出条件C S A 2の1回目の設定においてターゲットとされた顧客C Uに対してさらに絞り込みが行われ、セグメントテーブルT S G 3の各階層に対応するセルボックスS B X内に、1回目及び2回目の両方の条件に当てはまる件数N A A、N A B及び割合N A Cが表示される。そして、ターゲットとする階層を決めて該当するセルボックスS B Xをクリックする。

【0080】このようにして、ターゲットとする顧客C Uの件数が目標件数に近くなるように必要回数の絞り込みを行い、2次抽出条件C S A 2を設定する。設定された2次抽出条件C S A 2は、全て抽出条件データベース39に登録される。同一のキャンペーンについて設定された1次抽出条件C S A 1及び2次抽出条件C S A 2の全部が抽出条件C S Aとなる。

【0081】図8に示すセグメントテーブルT S G 1を表示した状態で、「ライフスタイル分析」を指定することによって、図11に示すように、抽出条件C S Aに当てはまる顧客C Uについての件数N A A、N A B及び割合N A Cを表示したセグメントテーブルT S G 4が表示される。このセグメントテーブルT S G 4によって、設定された抽出条件C S Aによる最終的な件数N A A、N A B及び割合N A Cを知ることができる。

【0082】上述したように、縦軸及び横軸の条件を設定するに当たり、基準軸設定のための画面H G 2においてそれぞれ選択することにより、2つの条件を任意に組み合わせることができるので、抽出条件C S Aの設定の自由度が大きく、より良い抽出条件C S Aの設定が可能となる。しかも、プログラムの修正などを行う必要がないので、設定操作が極めて容易である。

【0083】また、縦軸及び横軸を設定すると、設定された条件に基づいてセグメントテーブルT S Gが表示され、セグメントテーブルT S Gによって各階層における全体的な分布を容易に定量的に把握することができ、より良い抽出条件C S Aを容易に設定することができる。

【0084】次に、R M S 1における処理、操作、又は運用について、図14に示すフローチャートに沿って説明する。図14のフローチャートにおいて、ステップ#1～5はターゲットとなる顧客C Uの抽出のための運用フェーズ、ステップ#6～14はキャンペーンの実行のための運用フェーズ、ステップ#15～18はキャンペーンの評価のための運用フェーズである。なお、フローチャートは運用フェーズの概略を大体の順で示したものであり、運用フェーズが必ずしもステップの番号順に行われることを示すものではない。

【0085】まず、顧客情報システム11において顧客情報データベース21から抽出された小口顧客データベース22をサポートシステム12に取り込むために、リ

テール推進データベース32を作成する(#1)。

【0086】次に、企画運営担当者がリテール推進データベース32の内容を表示した画面を見ながら、現状において取り引きされている商品、例えば住宅ローン、カードローン、定期預金、MMCなどと、顧客CUのプロフィール、例えば趣味、嗜好、性格などのライフスタイルとの相関関係を分析し、キャンペーンの対象とする顧客CUの抽出条件CSAを設定し、抽出条件データベース39に登録する(#2)。

【0087】設定された抽出条件CSAによってリテール推進データベース32aから顧客情報FCUを抽出し、抽出顧客データベース33を作成する(#3)。そして、スクリプトデータベース34を作成する(#4)。

【0088】抽出顧客データベース33に基づいて、各顧客CUにダイレクトメールを出すために住所及び氏名NAMの印刷などを行い、発送する(#5)。なお、ダイレクトメールの発送は1日分毎に分けて行われる。

【0089】先に発送したダイレクトメールが顧客CUに到着した時期を見計らって顧客CUを抽出し、当日分の当日コール顧客データベース35を作成する(#6)。次に、顧客CUへ電話をかけるに当たっての運用パラメータの設定が企画運営担当者によって行われる(#7)。ここでは、例えば、複数の電話担当者について、電話をかける顧客CUの地区、時間帯、商品FME、又は顧客CUへの1回目の電話か2回目の電話かなどに応じて、業務の分担を決める。また、システムの動作環境の定義を行う。

【0090】テレコミュニケータ業務開始処理を行って交換機41のダイヤル部分及び連携部分を立ち上げる(#8)。当日コール顧客データベース35に格納された顧客CUの電話番号NTLについて、所定の順序及びタイミングで自動発呼が行われ、それぞれ回線が接続されると電話担当者によって顧客CUとの会話が行われる(#9)。会話において、電話担当者による商品FMEの案内又は勧誘が行われ、顧客CUから種々の情報の入手が行われる。その際に、電話担当者の操作する端末装置の画面には、スクリプトデータベース34及び当日コール顧客データベース35の中の当該顧客CUに関する情報、つまり当該顧客CUとの前回の会話内容又は応酬話法及び顧客情報FCUなどが表示されるので、電話担当者はその画面を参照しながら会話を進めればよい。会話の内容としては、例えば、ダイレクトメールが顧客CUに着いたかどうか、そのダイレクトメールを見たかどうか、また顧客CUの趣味、嗜好などのライフスタイルについて、家族構成についてなどである。

【0091】当日の予定分の電話が終了し又は所定の時刻になると、テレコミュニケータ業務終了処理を行って交換機41を立ち下げる(#10)。各電話担当者の当日の電話によって得られたデータは、ログデータベース

36に記録される(#11)。その後、ログデータベース36の中の所定の事項を集計し、計数管理データベース37に記録するための処理を行う。

【0092】企画運営担当者は、計数管理データベース37の内容を表示した画面を見ながら、キャンペーンにおける当日までの実績を分析し、スクリプトデータベース34の内容及び運用パラメータの内容を見直し、それらを必要に応じて修正する(#12)。

【0093】ホスト還元データファイル40が作成され、これによって顧客情報データベース21a及びリテール推進データベース32aが更新される(#13)。ステップ#6~13の内容が、キャンペーンの期間中において毎営業日に行われる(#14でイエス)。

【0094】キャンペーンの期間が経過すると(#14でノー)、キャンペーンの成果としての成約情報を顧客情報データベース21aから取り込んで成果分析データベース38を作成し、リテール推進データベース32a及び抽出顧客データベース33とのマッチングによってレスポンス情報を作成して計数管理データベース37に登録する(#15)。レスポンス情報によって、成約率の算出、及び成約に至った顧客CUに共通して見られるプロフィールの分析などを行う(#16)。

【0095】レスポンス情報に基づいて、電話代及び人件費などの当該キャンペーンに要した費用と、成約に至ったことにより想定される収益とを比較し、当該キャンペーンの収支バランスを分析する(#17)。

【0096】最後に、データベースの整理を行う(#18)。ここでは、キャンペーンの終了にともなって不要となったデータベース、例えば、リテール推進データベース32a、抽出顧客データベース33、スクリプトデータベース34、成果分析データベース38などの削除を行う。

【0097】なお、ステップ#2のセグメント分析において、過去に作成されたキャンペーン管理データベース31、計数管理データベース37、抽出条件データベース39などを参照し、必要に応じてそれらの情報を画面から読み込んで修正を加え、次に企画するキャンペーンのために登録することが可能である。その際には、これら全部のデータベースにキー情報であるキャンペーンコードCCAが登録されているので、キャンペーンコードCCAの指定のみでそれぞれのデータベースから必要な情報を読み出すことができる。また、キャンペーンコードCCAの指定のみで、必要な情報を次の運用フェーズに円滑に引き渡すことができる。

【0098】上述の実施例によると、顧客情報データベース21を利用してリテールマーケティングのための種々のキャンペーンを推進することができるとともに、キャンペーンの実施によって得られた顧客情報FCUを利用して顧客情報データベース21を更新し、これによって顧客情報データベース21の鮮度を常に高く保ち、格

納されている顧客情報F C Uの正確性を維持することができる。

【0099】また、過去に作成されたキャンペーン管理データベース31、計数管理データベース37、抽出条件データベース39などを必要に応じて参照することができるので、以前に実施されたキャンペーンの統計的な裏付けに基づいて次期のキャンペーンの企画を検討し、有効な抽出条件C S Aの再利用を図ることができるとともに、これによってキャンペーンによる成約件数又は成約率の向上を図ることができる。

【0100】また、セグメントテーブルT S Gによって、キャンペーンの企画から評価まで一貫したビューで統計結果を捉えることが可能となり、キャンペーンの有効性を顧客セグメント単位で捉え、キャンペーンの実行結果を次期キャンペーンの企画に統計的な裏づけをもって活かすことができる。

【0101】上述の実施例においては、セグメントテーブルT S GのセルボックスS B Xに件数N A A、N A B及び割合N A Cの3種類の数値を表示したが、2種類以下又は4種類以上を表示してもよく、その表示内容として種々のものを表示することができる。また、各セルボックスS B Xを罫線によって矩形に区切ったが、円形などに区切ってもよく、また罫線などによる区切りのない、単にマトリクス状に配置されただけのセルボックスS B Xとしてもよい。セルボックスS B Xの個数は任意である。

【0102】上述の実施例において、顧客情報システム11とサポートシステム12とをオンラインで接続してもよく、またこれらを共通の処理装置（コンピュータ）によって構成してもよい。その場合には小口顧客データベース22とリテール推進データベース32とを1つのものとすることも可能である。顧客情報データベース21、小口顧客データベース22、及びリテール推進データベース32を同一の構成としたが、互いに異なる構成としてもよい。

【0103】その他、各データベース、ファイル、及び画面の内容、構成、フローチャートの内容、順序、顧客情報システム11及びサポートシステム12の構成などは、本発明の主旨に沿って種々変更することができる。本発明は、顧客情報F C U以外の種々の情報の抽出に適用することができる。

【0104】

【発明の効果】本発明によると、元の情報の中から条件に当てはまる情報を抽出するに当たって、より良い条件を容易に設定することができる。

【0105】請求項1の発明によると、プログラムの修正などを行うことなく条件の任意の組み合わせが可能となる。請求項2乃至請求項6の発明によると、設定しようとする抽出条件による頻度を全体的に容易に把握することができ、より良い抽出条件を容易に設定することができる。

【0106】請求項5の発明によると、条件の設定のための入力が容易である。

【図面の簡単な説明】

10 【図1】本発明に係るリテールマーケティングシステムの構成を示すブロック図である。

【図2】顧客情報データベースの構成を示す図である。

【図3】項目管理データベースの構成を示す図である。

【図4】項目コードデータベースの構成を示す図である。

【図5】キャンペーン管理データベースの一部の構成を示す図である。

【図6】計数管理データベースの構成を示す図である。

【図7】抽出条件データベースの構成を示す図である。

20 【図8】セグメントテーブルの例を示す図である。

【図9】セグメントテーブルの例を示す図である。

【図10】セグメントテーブルの例を示す図である。

【図11】セグメントテーブルの例を示す図である。

【図12】セグメントテーブルにおけるセルボックス番号を示す図である。

【図13】セグメント分析において表示装置に表示される種々の画面の例を示す図である。

【図14】本発明に係るリテールマーケティングの運用フェーズの概略を示すフローチャートである。

30 【符号の説明】

32 a リテール推進データベース（情報データベース）

32 b 項目管理データベース

F C U 顧客情報（情報）

C S A 1 1次抽出条件（条件）

C S A 2 2次抽出条件（条件）

D 項目

A P P 名称

A T T 属性

40 N A A, N A B 件数（情報の頻度に関する情報）

N A C 割合（情報の頻度に関する情報）

T S G セグメントテーブル（テーブル）

S B X セルボックス（セル）

H G 2 画面



【図2】

顧客情報データベースの構成を示す図

21a 顧客情報データベース (32a リテール推進データベース)

顧客番号	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
0001	山田	670	38	0001	0002	0002	0002
0002	木村	420	28	0001	0003	0004	0003
0003							

【図5】

キャンペーン管理データベースの一部の構成を示す図

31 キャンペーン管理データベース

CCA	D	APP	ATT	VIN	VWI	CPA	CSA1T
基本情報							
1次抽出条件 基準軸 縦							
キャンペーンコード	アクセス名	名称	属性	初期値	階層幅	パラメータコード1	パラメータコード2 ... パラメータコードn
CAM1	D2	年収	数値	500	500		
CAM2							

D	APP	ATT	VIN	VWI	CPA	CSA1Y
基本情報						
1次抽出条件 基準軸 横						
アクセス名	名称	属性	初期値	階層幅	パラメータコード1	パラメータコード2 ... パラメータコードn
D3	年齢	数値	20	10		

基本情報					CSA1F
ターゲットフラグ					NBX
セルボックス1	...	セルボックス15	...	セルボックス36	
0		1		0	

【図6】

計数管理データベースの構成を示す図

## 3.7 計数管理データベース

CCA	CCU	TCU			NBX	NAA	
キャンペーンコード	計数区分	1	2	...	15	...	36
CAM1	対象顧客数				3725		
CAM2	通話件数				2212		
CAM1	成約件数				427		
CAM2							

【図7】

抽出条件データベースの構成を示す図

## 3.9 抽出条件データベース

CCA	CSA2					
	D	APP	ATT	VUD	VUP	CPA
キャンペーンコード	アクセス名	名称	属性	下限値	上限値	パラメータコード
CAM1	D4	性別	コード化			0001
CAM1	D5	職業	コード化			0002
CAM1	D7	性格	コード化			0002
CAM1	D6	趣味	コード化			0002
CAM2						

【図8】

セグメントテーブルの例を示す図

TSG1 セグメントテーブル

合 計		年 令 (歳)				
		20~30	30~40	40~50	50~60	60~
年 収 (円)	合 計	NAB				
	~ 500	NAA 1450 21200 6.8%				
	500~1000	NAC	1810 6785 12.5%			
	1000~1500					
	1500~2000					
	2000~					

【図10】

セグメントテーブルの例を示す図

TSG3 セグメントテーブル

合 計		趣 味				
		スキー	ゴルフ	テニス	旅行	音楽
性 格	合 計					
	明 朗	212 2910 7.6%				
	ま じめ		2150 7210 28.4%			
	慎重					

【図9】

セグメントテーブルの例を示す図

TSG2 セグメントテーブル

合 計		職 業				
		地方公務	国家公務	営 業	研究開発	自営業
性 別	合 計					
	男 性	510 4030 12.7%	1128 6210 18.2%			
	女 性					
	不 明					



【図11】

セグメントテーブルの例を示す図

TSG4 セグメントテーブル

合 計		年 令 (歳)				
		20~30	30~40	40~50	50~60	60~
年 収 (万円)	合 計					
	~ 500	105 870 12.0%				
	500~1000	NAB NAA NAC				
	1000~1500					
	1500~2000					
	2000~					

【図12】

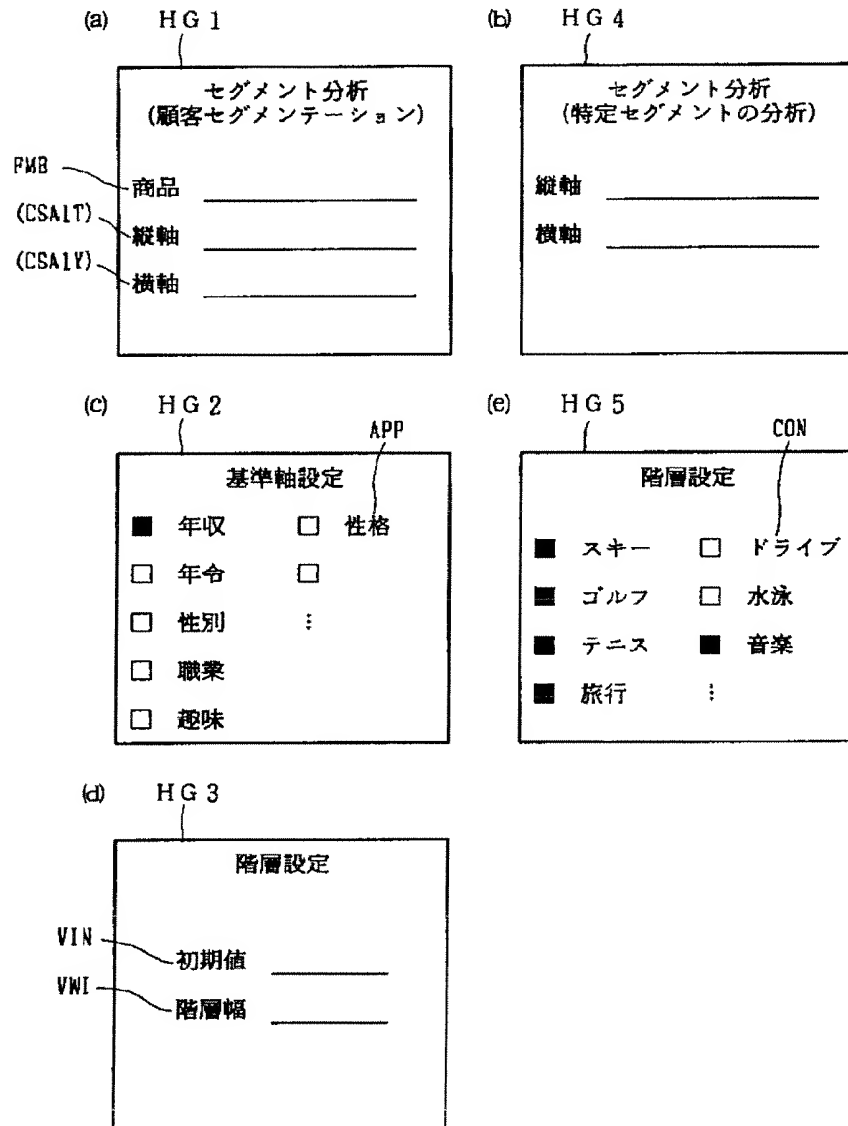
セグメントテーブルにおけるセルボックス番号を示す図

TSG セグメントテーブル

合 計							
		1	2	3	4	5	6
合 計		7	8	9	10	11	12
		13	14	15	16	17	18
		19	20	21	22	23	24
		25	26	27	28	29	30
		31	32	33	34	35	36

【図13】

セグメント分析において表示装置に表示される種々の画面の例を示す図



【図14】

本発明に係るリテールマーケティングの  
運用フェーズの概略を示すフローチャート



フロントページの続き

(72)発明者 山岡 綾子  
神奈川県川崎市中原区上小田中1015番地  
富士通株式会社内